optique culture

numéro 39 avril 2015

OBSERVATOIRE DE LA CULTURE ET DES COMMUNICATIONS DU QUÉBEC

Les ventes d'enregistrements sonores au Québec en 2014

CLAUDE FORTIER *chargé de projet, OCCQ*

Faits saillants

- Les ventes de produits numériques (albums + pistes) sont en baisse pour la première fois (–7 % par rapport à 2013).
- Dans un contexte de baisse globale des ventes, la part des produits québécois est en hausse pour la première fois en cinq ans, pour se situer à 43 % en 2014.

Les ventes d'enregistrements audio

- En 2014, les ventes d'enregistrements audio en équivalent d'albums (albums + pistes) sont de 8,8 millions d'unités, en baisse de 7 % par rapport à 2013.
- Les ventes sont en baisse pour les CD (–7 %), les albums numériques (–4 %) et les pistes numériques (–13 %).
- La part des produits numériques dans les ventes est stable au Québec (35 %), dans le reste du Canada (58 %) et aux États-Unis (56 %).

Les produits québécois

- La part des albums québécois est de 49 %, ce qui est supérieur à la moyenne des cinq dernières années (48 %).
- La part québécoise augmente pour les CD, les albums numériques et les pistes numériques.

Les produits en français

- Pour l'ensemble du marché (produits physiques et numériques), la part des produits en français est de 32 %, un résultat au-dessus de la moyenne des cinq dernières années (31 %).
- Comparativement à 2013, la part des produits en français augmente pour les CD, les albums numériques et les pistes numériques.
- Parmi les albums québécois, la part de marché des albums en français est en baisse (68 % comparativement à 73 % en 2013).

Les palmarès

- Parmi les dix albums les plus vendus en 2014, sept sont des albums québécois (trois en 2013).
- La piste numérique québécoise la plus vendue se classe au 41e rang du palmarès global des pistes numériques (42e rang en 2013).

Ce bulletin présente une analyse des statistiques relatives aux ventes d'enregistrements sonores[1] pour la période 2002 à 2014. Il y est question des ventes totales d'albums et de pistes musicales ainsi que de la répartition de celles-ci selon la provenance nationale et la langue des enregistrements.

1. Les enregistrements sonores comprennent les enregistrements audio (albums et pistes) et les enregistrements vidéo à caractère musical (VHS et DVD).

Québec

Table des matières

3 Première baisse des ventes pour les produits numériques

7 Hausse des parts de marché pour les produits québécois

10 La part des produits en français en légère hausse sur les différents supports

13 Synthèse des ventes

14 Les palmarès

18 Musique en continu : quelle place pour l'industrie québécoise ?

Signes conventionnels

%	Pour cent ou pourcentage
n	Nombre
–	Néant ou zéro

Notes méthodologiques

Source

Les statistiques sur les ventes d'enregistrements sonores proviennent des données compilées par Nielsen SoundScan concernant le Québec. Les résultats annuels présentés ici sont basés sur le cumulatif des ventes hebdomadaires. Les statistiques relatives au nombre d'unités vendues selon le type de support sont exprimées en nombres absolus. Les statistiques de tous les autres types (selon l'origine nationale et selon la langue) sont exprimées en pourcentage, sauf exception. Ces statistiques sont produites après l'examen des 500 titres les plus vendus au Québec et elles ne couvrent donc pas l'ensemble des ventes d'enregistrements sonores. On estime que les ventes de ces 500 titres représentent environ 50 % des ventes pour les CD, 40 % pour les albums numériques et 30 % pour les pistes numériques.

Formats et supports

Les enregistrements de musique se présentent sous deux formats, soit les albums et les pistes. Les albums comprennent les albums sur support physique (les vinyles, les cassettes et les CD) et les albums numériques. Cependant, la quasi-totalité des ventes sur support physique étant des CD, nous allons utiliser cette appellation pour parler de ceux-ci afin d'alléger le texte. Les pistes regroupent les disques monoplages (singles sur CD) et les pistes numériques téléchargées. Afin d'illustrer adéquatement la transformation du marché avec la croissance des ventes de pistes numériques au cours de la dernière décennie, celles-ci sont comptabilisées en « équivalent d'albums » selon un ratio de 13 pistes pour un album. Ainsi, il est plus commode de comparer les transformations du marché d'une année à l'autre. Le ratio de conversion utilisé, qui est de 13 pistes pour 1 album, est celui de l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo (ADISQ).

Des données hebdomadaires sur les ventes d'enregistrements sonores sont disponibles sur le site Web de l'Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Définition d'un enregistrement québécois

Un enregistrement sonore peut être considéré comme québécois sur le plan artistique ou sur le plan industriel. Sur le plan artistique, l'origine d'un enregistrement est déterminée par celle de l'artiste, du répertoire, du collectif ou de l'œuvre mis de l'avant[2] par l'emballage et la mise en marché de l'album. Sur le plan industriel, l'origine est établie d'après la maison de disques qui a commercialisé le produit[3], une maison de disques québécoise étant une maison dont le siège social est situé au Québec.

Pour les compilations de pièces de diverses origines, l'album est classé québécois si la majorité des pièces sont artistiquement québécoises. Lorsque l'artiste est un groupe de personnes de diverses origines, l'album est classé québécois si la majorité des personnes sont québécoises.

2. Peut être mis de l'avant : un artiste ou un groupe d'artistes, un répertoire, un film, une station de radio, etc. Pour déterminer qui est l'artiste ou l'instance mis de l'avant, on se base essentiellement sur l'information apparaissant sur la pochette du CD. En général, il s'agit d'un ou de plusieurs interprètes.
3. De 2003 à 2005, l'OCCQ se basait plutôt sur l'étiquette pour déterminer l'origine industrielle d'un enregistrement, notion qui se rapproche de celle de maison de disques, sans être identique.

Notice suggérée pour mentionner cet article dans une bibliographie ou en reproduire un extrait :

FORTIER, Claude (2015). « Les ventes d'enregistrements sonores au Québec en 2014 », *Optique culture*, n° 39, Québec, Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec, avril, 20 p. [En ligne]. [www.stat.gouv.qc.ca/observatoire].

Première baisse des ventes pour les produits numériques

En 2014, les ventes d'enregistrements audio en équivalent d'albums[4] sont de 8,8 millions (–7 % par rapport à 2013), soit 5,7 millions de CD (–7 %), 1,9 million d'albums numériques (–4 %) et 14,8 millions de pistes numériques (–13 %) (tableau 1).

Si l'année 2013 semblait atypique, avec un fort ralentissement de la croissance des ventes de produits numériques (+ 5 %) malgré une forte baisse des ventes pour le CD (– 14 %), les résultats de 2014 indiquent plutôt qu'elle traçait la voie à ce que seraient peut-être les prochaines années, soit la poursuite de la baisse des ventes de CD, associée à une baisse ou une stagnation des ventes d'albums et de pistes numériques. Si 2008 demeure dans les annales comme une année difficile pour le CD au Québec avec une chute des ventes de 17 % qui venait confirmer son déclin, on se souviendra de 2014 comme la première année où les ventes d'albums et de pistes numériques ont été à la baisse (figure 1).

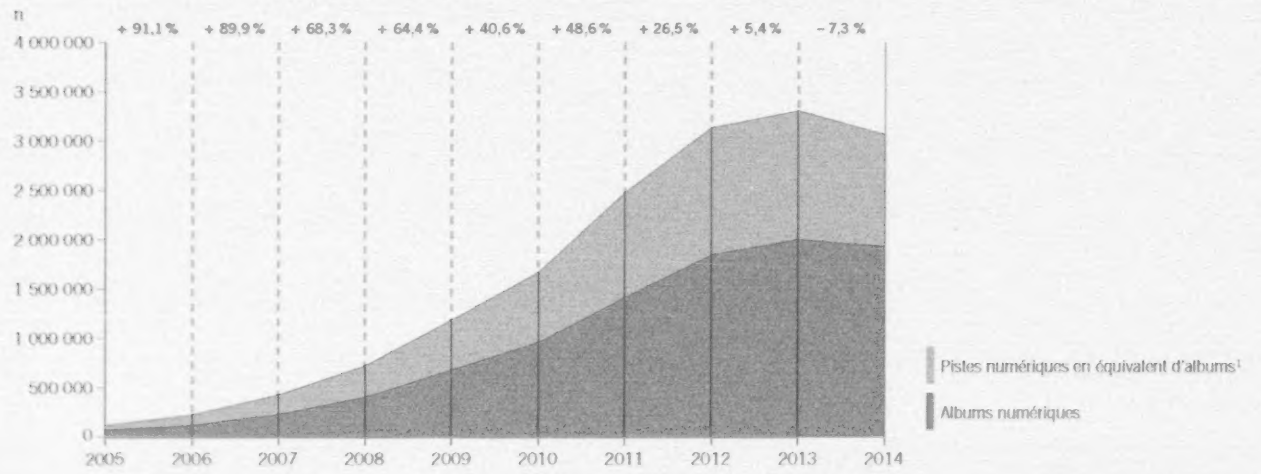
Tableau 1 **Nombre d'enregistrements audio et de vidéos musicales vendus selon le type de produit, Québec, 2005 à 2014**

	2005	2006	2007	2008	2009[1]	2010	2011	2012	2013	2014	Variation 2014/2013
						k					%
Enregistrements audio en équivalent d'albums[2]	12 847,1	12 245,6	11 698,0	10 056,2	10 470,0	9 850,6	10 314,1	10 296,9	9 444,4	8 766,3	–7,2
Ensemble des albums	12 790,0	12 129,7	11 498,4	9 739,4	9 965,1	9 138,0	9 246,1	9 005,6	8 140,4	7 627,5	–6,3
Albums sur support physique[3]	12 726,4	12 017,6	11 268,5	9 334,1	9 283,0	8 178,9	7 830,5	7 157,9	6 137,5	5 699,4	–7,1
Albums numériques	63,6	112,1	229,9	405,3	682,1	959,1	1 415,6	1 847,7	2 002,9	1 928,1	–3,7
Ensemble des pistes	741,7	1 507,2	2 595,0	4 118,1	6 563,9	9 263,6	13 883,8	16 787,1	16 951,6	14 804,6	–12,7
Pistes numériques téléchargées	708,2	1 476,1	2 581,5	4 108,2	6 550,7	9 213,9	13 817,7	16 729,7	16 929,1	14 770,2	–12,8
Disques monoplage (*singles*)	33,5	31,1	13,5	9,9	13,2	49,7	66,1	57,4	22,5	34,4	52,9
Enregistrements vidéo (vidéos musicales)	740,1	785,1	752,9	540,7	390,1	495,5	273,5	269,6	239,7	175,9	–26,6

1. L'année 2009 fut une année inhabituelle, car les ventes hebdomadaires d'enregistrements sonores ont été diffusées sur une période de 53 semaines. Pour faciliter la comparaison avec les années antérieures, les données de la première semaine, qui se terminait le 4 janvier 2009, ont été exclues du cumulatif de l'année.
2. Dans les calculs, 13 disques monoplages ou pistes numériques équivalent à un album.
3. Incluant les CD, les cassettes et les disques vinyles.

Source : Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan inc., 2001. Tous droits réservés. nielsen

Figure 1 **Ventes d'enregistrements audio numériques selon le type de produit[1] et variation annuelle des ventes, Québec, 2005 à 2014**



1. Dans les calculs, 13 pistes numériques équivalent à un album.

Source : Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan inc., 2001. Tous droits réservés. nielsen

4. À partir de ce point, afin d'alléger le texte, nous allons utiliser l'expression « enregistrement audio » pour parler d'enregistrements audio en équivalent d'albums.

Depuis 2005, le marché de la vente de musique au Québec a connu, à son rythme, les mêmes transformations que le reste du marché nord-américain. Ici comme dans le reste du Canada et aux États-Unis, les ventes de CD ont connu une baisse marquée et les albums et les pistes numériques une hausse soutenue (figure 2). Au Québec, les produits numériques, pratiquement inexistants en 2004, représentent maintenant 35 % des ventes, les albums numériques occupant 22 % du marché et les pistes numériques 13 % (tableau 2). Après dix ans de baisse continue, les ventes de CD (5,7 millions en 2014) ont été réduites de plus de la moitié par rapport au sommet enregistré en 2004 (13,0 millions d'unités vendues). À titre comparatif, dans le reste du Canada, les ventes de CD sont passées de 36,6 millions en 2004 à 11,2 millions en 2014, soit une baisse de 70 %[5].

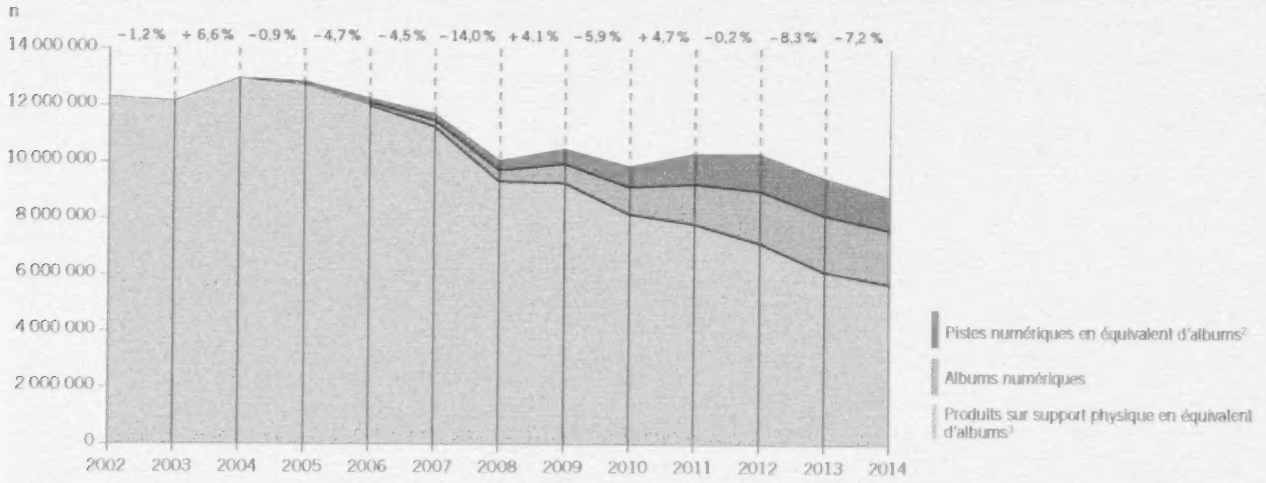
Tableau 2 **Répartition des ventes d'enregistrements audio selon le type de produit, Québec, 2010 à 2014**

	2010	2011	2012	2013	2014
			%		
Produits sur support physique en équivalent d'albums[1]	83,1	76,0	69,6	65,0	65,2
Albums numériques	9,7	13,7	17,9	21,2	21,9
Pistes numériques en équivalent d'albums[2]	7,2	10,3	12,5	13,8	12,9
Total	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**

1. Incluant les albums et les monoplages (13 monoplages = un album) sur CD, cassettes ou disques vinyles.
2. Dans les calculs, 13 disques monoplages ou pistes numériques équivalent à un album.

Source : Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan, inc., 2001. Tous droits réservés. nielsen
Compilation : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Figure 2 **Ventes d'enregistrements audio selon le type de produit[1] et variation annuelle des ventes, Québec, 2002 à 2014**



1. Pour 2002 et 2003, les ventes ont été calculées en cumulant 12 listes mensuelles de tous les titres d'enregistrements sonores vendus au Québec, avec le nombre d'unités vendues pour chaque titre. Le nombre des ventes d'albums physiques a été obtenu en soustrayant les vidéos musicales du nombre total d'enregistrements vendus. Ces données de ventes provenaient de Nielsen SoundScan et ont été compilées par Claude Martin et autres, Département de communication, Université de Montréal, pour l'Observatoire de la culture et des communications du Québec. À partir de 2004, les ventes d'albums physiques correspondent aux statistiques compilées par Nielsen SoundScan concernant le Québec. Ces statistiques annuelles sont basées sur le cumulatif des ventes de chaque semaine.
2. Dans les calculs, 13 pistes numériques équivalent à un album.
3. Incluant les albums et les disques monoplages (13 disques monoplages = un album) sur CD, cassettes ou disques vinyles.

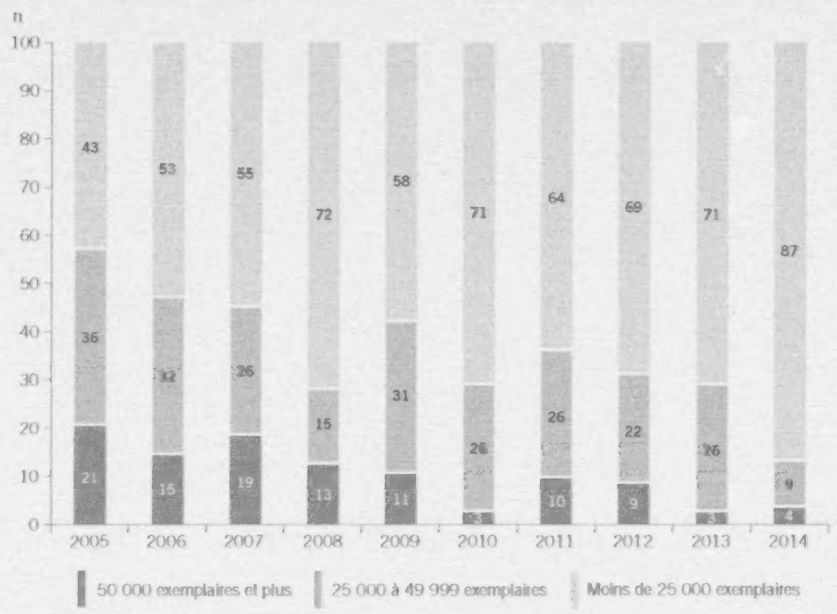
Source : Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan inc., 2001. Tous droits réservés. nielsen

5. Source : Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan inc., 2001. Tous droits réservés. nielsen

Les 100 albums les plus populaires : des ventes à la baisse

Depuis la quasi-disparition des disques monoplages (*singles*), l'album a été pendant quelques décennies l'étalon à partir duquel était mesuré le succès commercial dans l'industrie musicale. La baisse des ventes de CD et l'arrivée des pistes numériques depuis une dizaine d'années sont venues remettre en question la place centrale de l'album. Cependant, en 2014, l'album, avec 87 % des ventes (CD + numériques) et compte tenu de la baisse des pistes numériques, demeure un élément central de l'industrie musicale. Depuis 2002[6], il s'est vendu en moyenne 10,2 millions d'albums (CD + numériques) annuellement, avec un sommet à 13,0 millions en 2004 et un creux de 7,6 millions en 2014. Une partie de la baisse des ventes d'albums est probablement attribuable à la dispersion des ventes et l'effritement des ventes record. En effet, le nombre d'albums ayant franchi le cap des 25 000 exemplaires vendus, qui s'élevait à 57 en 2005, est de 13 en 2014. Alors qu'une vingtaine d'albums franchissaient le cap des 50 000 exemplaires vendus il y a une dizaine d'années, en 2014, il n'y en a guère plus que 4 (figure 3).

Figure 3 **Répartition des 100 albums les plus vendus selon le nombre de copies vendues, Québec, 2005 à 2014**



Note de lecture : En 2014, parmi les 100 albums les plus vendus, 4 se sont écoulés à 50 000 exemplaires et plus, 9 entre 25 000 et 49 999 exemplaires et 87 à moins de 25 000 exemplaires.

Source : Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan inc., 2001. Tous droits réservés. nielsen

Ventes de produits numériques : fin de la croissance

Depuis 2005, première année où les données sur les ventes de produits numériques[7] ont été diffusées, ces ventes ont crû, mais après une phase de forte croissance liée à l'expansion du marché du numérique, on observe que le taux de croissance annuel a diminué progressivement au fil des ans. Cependant, en 2014, la croissance est stoppée et on constate une décroissance, avec une baisse des ventes de 4 % pour les albums numériques et de 13 % pour les pistes numériques (tableau 1).

Ventes de vidéos musicales : un marché marginal

En complément des albums et des tournées de spectacles, la vente de cassettes VHS et plus tard de DVD d'une captation du spectacle était une source additionnelle de revenus. Cependant, depuis quelques années, les ventes de vidéos musicales tendent à diminuer pour se situer, en 2014, à un peu moins de 200 000 unités vendues. Après avoir accru leurs ventes jusqu'au sommet de 2006, avec 785 000 unités vendues, les enregistrements vidéo sur support physique ont baissé à 178 000 unités vendues en 2014, soit une baisse de 78 % en huit ans (tableau 1). Il est probable que ce phénomène soit lié au succès de sites comme YouTube et Dailymotion, qui offrent une grande diversité de vidéos musicales.

6. Notons que les données de 2002 et 2003 doivent être considérées avec prudence, car elles incluaient, à l'origine, les données sur les enregistrements classés « *music videos* » que l'OCCQ a soustraites pour obtenir les ventes de CD (albums et monoplages sur support physique). Depuis 2004, Nielsen SoundScan compilant elle même les totaux, ainsi, les données sont plus précises et permettent de séparer les albums, les monoplages et les enregistrements musicaux.

7. Les ventes d'albums et de pistes numériques sont calculées par la firme Nielsen SoundScan.

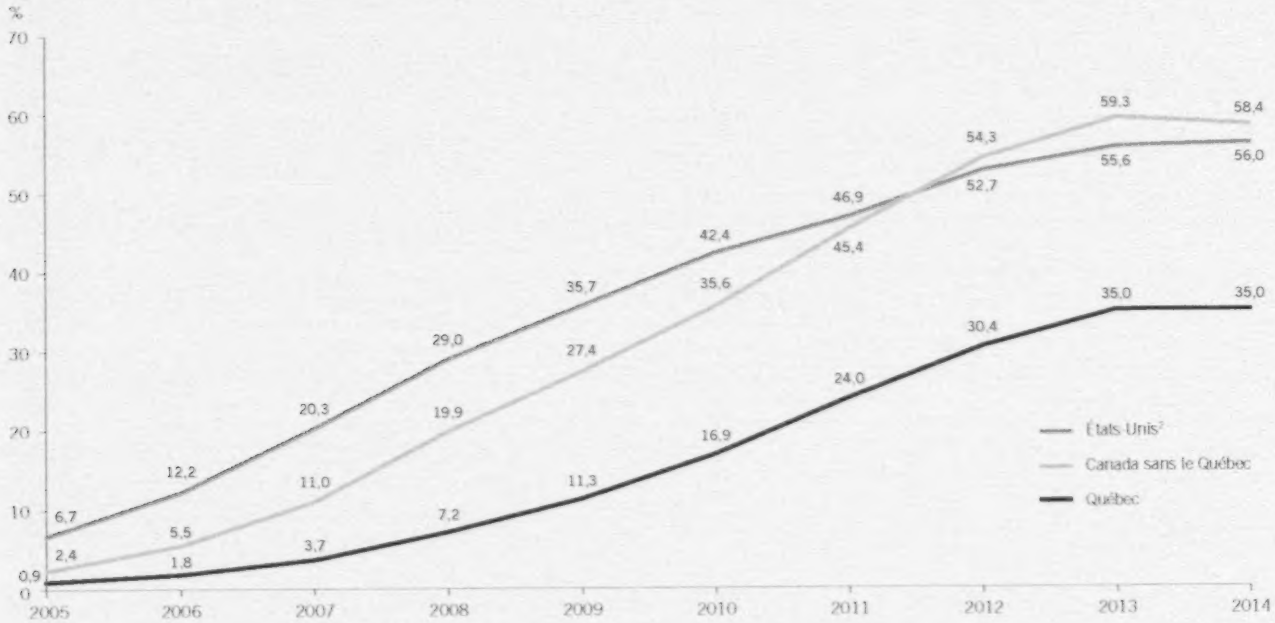
Le marché du numérique ailleurs dans le monde

Depuis plusieurs années, l'industrie musicale constate la part croissante des produits numériques dans le marché des ventes d'enregistrements sonores. Il est intéressant d'étudier le comportement du marché québécois et s'il se distingue par rapport à l'évolution de la place du numérique dans des marchés situés à proximité du Québec. En 2014, la part du numérique dans les ventes d'enregistrements sonores plafonne au Québec à 35 % (comme en 2013), à 58 % dans le reste du Canada (59 % en 2013) et à 56 % aux États-Unis (56 % en 2013) (figure 4).

Ce plafonnement de la part des produits numériques, malgré la baisse continue des ventes de CD, s'explique par le recul des ventes des albums et des pistes numériques dans les trois régions étudiées. Une hypothèse pouvant expliquer cette baisse des ventes des produits numériques serait que les grands consommateurs de musique numériques délaissent, probablement pour des raisons économiques et de simplification d'usage, ce mode de consommation pour se tourner plutôt vers l'abonnement à un service de lecture en continu de musique où, pour une dizaine de dollars par mois ou même gratuitement en échange de publicités, ils auront accès à des millions de titres qu'ils pourront écouter à volonté. En effet, certaines données tendent à montrer qu'il y a une croissance marquée de l'intérêt des consommateurs pour ce genre de service :

- hausse de 53 % des revenus provenant des services de l'écoute en continu de musique (*streaming*) au Canada en 2013 et de seulement 8 % pour les revenus provenant de la vente d'albums et de pistes numériques[8] ;
- hausse de 27 % des revenus provenant des services de l'écoute en continu de musique aux États-Unis en 2014 et baisse de 10 % pour les revenus provenant des ventes d'albums et de pistes numériques[9] ;
- 6,3 milliards d'écoutes en continu pour les six premiers mois de 2014 au Canada[10] ;
- hausse de 55 % du nombre d'écoutes en 2014 aux États-Unis[11].

Figure 4 **Part des produits numériques[1] dans le marché des ventes au détail d'enregistrements audio selon la région, 2005 à 2014**



1. Dans les calculs, 13 pistes numériques équivalent à un album.
2. Pour les États-Unis, les données utilisées sont celles sur les ventes publiées par Nielsen SoundScan, à l'exception des données sur les pistes numériques, qui proviennent des données de la Recording Industry Association of America sur le nombre de copies distribuées par les maisons de disques "*manufacturers unit shipments*".

Sources : Québec et Canada - Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan, inc., 2001. Tous droits réservés. nielsen
France - Snep, États-Unis - Nielsen SoundScan et RIAA.

Compilation : Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

8. Source : Music Canada (http://musiccanada.com/resources/statistics/).
9. Source : Recording Industry Association of America.
10. Source : Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan inc., 2001. Tous droits réservés. nielsen
11. *Ibid.*

Hausse des parts de marché pour les produits québécois

Pour les artisans de l'industrie québécoise de la musique et les décideurs, la part des produits québécois dans les ventes totales est une information stratégique permettant de suivre l'état de santé de l'industrie québécoise et voir si celle-ci réussit à tirer son épingle du jeu face à l'offre imposante venant des États-Unis et d'ailleurs. En 2014, la part des produits vendus ayant au moins une dimension (artistique ou industrielle) québécoise est de 42 %, en hausse par rapport à 2013 (38 %). Cette part est légèrement plus faible si l'on retient seulement les produits artistiquement québécois au sein de l'ensemble des ventes d'enregistrements audio (40 %) ou celle des produits industriellement québécois (36 %), mais dans les deux cas, le résultat est plus élevé qu'en 2013. Ajoutons qu'en 2014, le tiers des enregistrements audio vendus sont entièrement québécois, c'est-à-dire qu'ils sont à la fois artistiquement et industriellement québécois (tableau 3).

Depuis plus de dix ans, l'industrie musicale québécoise a su maintenir sa part de marché autour de 50 % pour les ventes de CD, et elle continue à le faire avec 52 % du marché en 2014 (CD artistiquement ou industriellement québécois), soit la troisième meilleure performance des dix dernières années. Cependant, pour les albums numériques, la part québécoise oscille plutôt autour du tiers des ventes depuis cinq ans, avec un creux à 28 % en 2013 suivi d'une remontée à 33 % en 2014 (figure 5). En rapportant la part de marché québécoise pour les 500 albums numériques les plus vendus sur l'ensemble des ventes, il est possible d'estimer les ventes québécoises. On constate ainsi que la croissance de la part québécoise dans les ventes d'albums numériques s'explique à la fois par une croissance des ventes des albums numériques québécois (+ 13 %) et une baisse des ventes pour les albums non québécois (–10 %), en 2014[12].

L'écart qui subsiste entre la part de marché des produits québécois au sein des CD et cette part au sein des albums numériques est en adéquation avec la place occupée par le numérique au sein des albums les plus vendus. En 2014, les dix albums non québécois les plus vendus ont réalisé 31 % de leurs ventes sous forme numérique (27 % en 2013), alors que ce pourcentage est de seulement 14 % pour les dix albums québécois les plus vendus (11 % en 2013).

Tableau 3 **Part de marché des produits québécois parmi les ventes d'enregistrements audio[1], selon le type de support, Québec, 2012 à 2014**

	2012	2013	2014
		%	
Dimension artistique[2]			
Enregistrements audio en équivalent d'albums (albums + pistes)[3]	39,8	35,4	39,6
Ensemble des albums	45,8	40,8	45,5
Albums sur support physique[4]	47,5	44,6	48,8
Albums numériques	33,1	26,4	31,1
Pistes numériques téléchargées	6,6	6,1	8,1
Dimension industrielle[5]			
Enregistrements audio en équivalent d'albums (albums + pistes)[3]	33,7	31,2	36,0
Ensemble des albums	38,6	35,9	41,5
Albums sur support physique[4]	40,1	39,5	44,5
Albums numériques	28,9	22,6	27,5
Pistes numériques téléchargées	5,1	5,1	7,4
Dimensions artistique[2] ET industrielle[5]			
Enregistrements audio en équivalent d'albums (albums + pistes)[3]	31,4	28,2	33,4
Ensemble des albums	36,1	32,4	38,4
Albums sur support physique[4]	37,2	35,5	41,1
Albums numériques	27,6	21,1	26,0
Pistes numériques téléchargées	4,5	4,5	7,0
Dimensions artistique[2] OU industrielle[5]			
Enregistrements audio en équivalent d'albums (albums + pistes)[3]	42,1	38,4	42,3
Ensemble des albums	48,3	44,3	48,5
Albums sur support physique[4]	50,4	48,6	52,2
Albums numériques	34,4	27,9	32,6
Pistes numériques téléchargées	7,2	6,7	8,5

1. La part des ventes dévolue aux produits québécois (en nombre d'unités vendues) a été estimée à partir de l'examen des 500 titres les plus vendus pour chacun des supports durant l'année.
2. La dimension artistique d'un enregistrement audio se rapporte à l'artiste, au répertoire, au collectif, à l'œuvre, etc. qui sont mis de l'avant.
3. Dans les calculs, 13 pistes numériques équivalent à un album.
4. Incluant les CD, les cassettes, les disques vinyles.
5. La dimension industrielle d'un enregistrement audio se rapporte à la maison de disques ayant commercialisé le produit.

Source : Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan inc., 2001. Tous droits réservés. nielsen

Compilation : Codage par l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo et compilation par l'Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

12. Afin d'estimer les ventes totales de produits québécois, la part de marché de ces produits parmi les 500 meilleurs vendeurs a été appliquée à l'ensemble des ventes (en nombre d'unités vendues). Cette méthode, comme l'a déjà démontré Claude Martin (bulletin *Statistiques en bref*, n° 23) tend à exagérer le poids des albums les plus vendus. En effet, comme les titres québécois se retrouvent souvent en plus grand nombre dans le haut du palmarès, la part québécoise serait ainsi surestimée. Cependant, notre échantillon (les 500 albums les plus vendus) représente quand même la moitié des ventes totales annuelles et cette surestimation demeure donc minime.

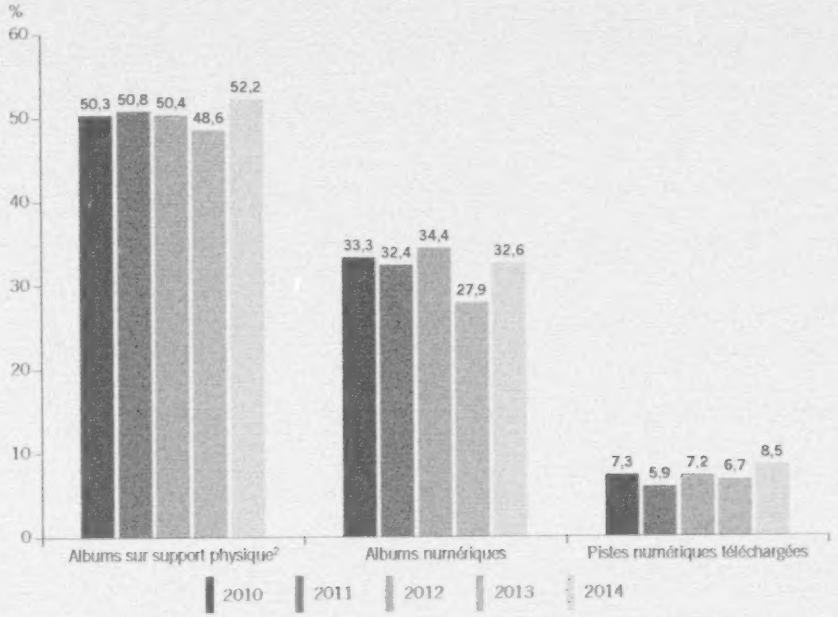
Si les albums québécois ont plus de difficulté à faire leur place dans le marché de l'album numérique, la situation des pistes numériques est encore plus problématique. Depuis 2008, la part de marché des pistes québécoises demeure sous les 10 %, avec un sommet notable de 9 % en 2014 (7 % en 2013) (figure 5). Cette hausse s'explique par la croissance estimée de 10 % des ventes des pistes québécoises associée à une baisse de 14 % des ventes des pistes étrangères. À court terme, si les ventes de pistes étrangères continuaient à diminuer, il est probable que la part québécoise augmenterait légèrement, à moins que celle-ci soit aussi affectée par une baisse des ventes.

Hausse des produits québécois dans le marché de l'album

Depuis le début de l'analyse des données de Nielsen SoundScan par l'Observatoire, la part de marché détenue par les albums québécois a oscillé entre un creux de 38 % en 2002 et un sommet de 53 % en 2007, pour une moyenne annuelle de 47 %. En 2014, cette part se situe à 49 %, en hausse pour une première fois en cinq ans (tableau 4). Cette hausse s'explique par la croissance des ventes d'albums numériques québécois associée à une baisse des ventes des CD et des albums numériques étrangers.

Entre 2005 et 2014, l'estimation des ventes annuelles permet d'établir une moyenne de 4,4 millions d'albums québécois vendus chaque année (sommet de 6,1 millions en 2007) et de 4,7 millions d'albums non québécois. Depuis une décennie, la tendance à la baisse des ventes frappe à la fois les albums québécois et les albums non québécois. Les albums québécois ont cependant connu quelques rebonds, avec des hausses en 2007, 2009 et 2014 comme le montre la figure 6.

Figure 5 **Part de marché des produits québécois parmi les ventes d'enregistrements audio[1], selon le type de support, Québec, 2010 à 2014**



1. La part des ventes dévolue aux produits québécois (en nombre d'unités vendues) a été estimée à partir de l'examen des 500 titres les plus vendus pour chacun des supports durant l'année.
2. Incluant les CD, les cassettes et les disques vinyles.

Source : Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan, inc., 2001. Tous droits réservés. nielsen

Compilation : Codage par l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo et compilation par l'Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Tableau 4 **Part de marché des produits québécois parmi les ventes d'albums[1,2], Québec, 2005 à 2014**

Année	Dimension artistique[3]	Dimension industrielle[4]	Dimensions artistique[3] ET industrielle[4]	Dimension artistique[3] OU industrielle[4]
	%			
2005	40,7	35,3	31,8	44,3
2006	41,2	41,1	37,6	44,7
2007	46,6	44,8	38,4	53,0
2008	41,4	40,9	36,1	46,2
2009	48,4	48,9	44,9	52,4
2010	45,1	42,0	37,7	49,5
2011	47,4	43,4	42,0	48,8
2012	45,8	38,6	36,1	48,3
2013	40,8	35,9	32,4	44,4
2014	45,5	41,5	38,4	48,5

1. La part des ventes des produits québécois (en nombre d'unités vendues) a été estimée à partir de l'examen des 500 albums les plus vendus chaque année.
2. Incluant les albums sur support physique et les albums numériques.
3. La dimension artistique d'un album se rapporte à l'artiste, au répertoire, au collectif, à l'oeuvre, etc. qui sont mis de l'avant.
4. En 2005, la dimension industrielle d'un album se rapporte à l'étiquette du disque, tandis que, depuis 2006, cette dimension industrielle se rapporte à la maison de disques ayant commercialisé le produit.

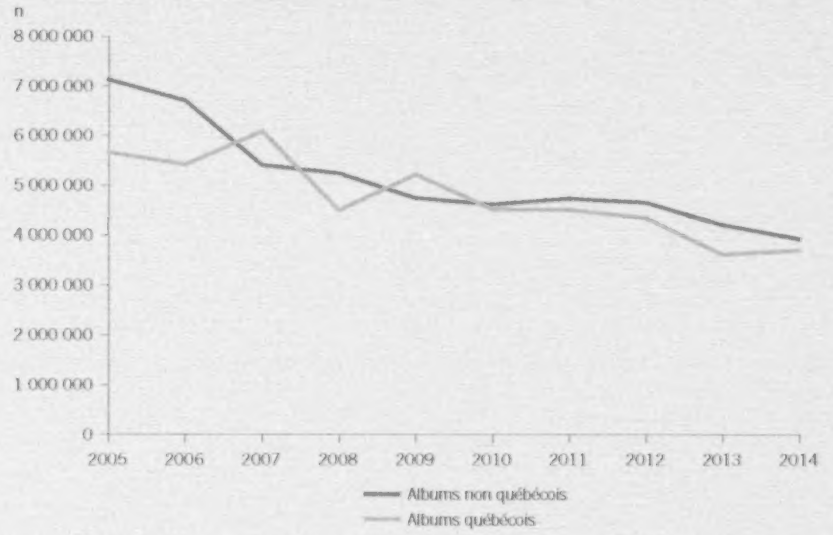
Source : Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan, inc., 2001. Tous droits réservés. nielsen

Compilation : En 2005, codage et compilation par Claude Martin et autres, Département de communication, Université de Montréal pour l'Observatoire de la culture et des communications du Québec. Depuis 2006, codage par l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo et compilation par l'Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

En 2014, les ventes de produits québécois sont estimées à 3,0 millions de CD (stable par rapport à 2013), 630 000 albums numériques (+ 13 % par rapport à 2013) et 1,2 million de pistes numériques (+ 10 % par rapport à 2013). Depuis 2008, première année où nous avons des estimations sur les ventes de produits numériques québécois, la hausse des ventes d'albums numériques (+ 535 000 unités) et de pistes numériques (+ 75 000 unités en équivalent d'albums) n'a pas été suffisante pour compenser la baisse des ventes de CD (– 1,4 million d'unités). Cependant, 2014 est la première année depuis 2009 où les ventes en équivalent d'albums de produits québécois sont en hausse (2 %)

Malgré la hausse des ventes pour les produits numériques québécois et la baisse pour les produits numériques étrangers, la part des produits québécois dans le marché du numérique atteint 24 % (albums et pistes), alors qu'elle est de 52 % dans le marché du CD. Cette faible performance dans le marché du numérique donne une part de 42 % pour les produits québécois dans l'ensemble des ventes d'enregistrements audio (figure 7).

Figure 6 **Ventes d'albums[1,2] selon la provenance, Québec, 2005 à 2014**

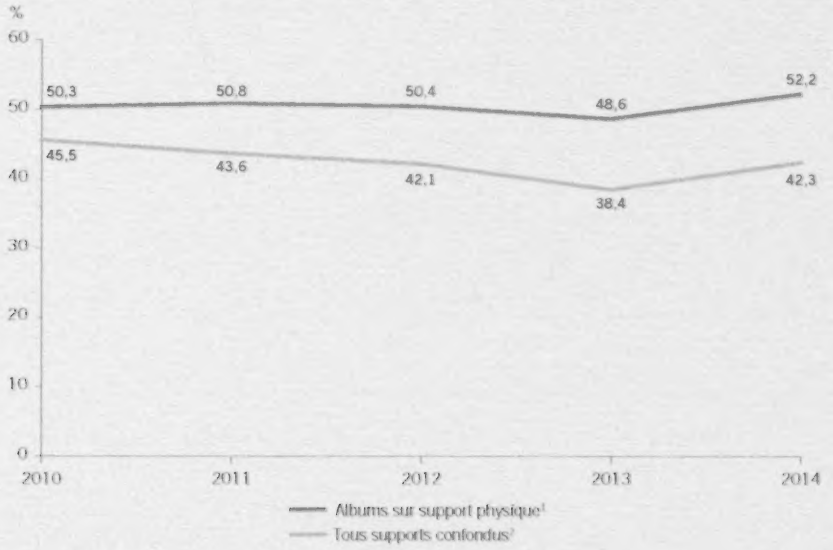


1. Les nombres d'unités vendues ont été estimés à partir de la répartition des ventes selon la provenance des 600 albums les plus vendus chaque année.
2. Incluant les albums sur support physique et les albums numériques.

Source : Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan, inc., 2001. Tous droits réservés. nielsen

Compilation : En 2005, codage et compilation par Claude Martin et autres, Département de communication, Université de Montréal, pour l'Observatoire de la culture et des communications du Québec. Depuis 2006, codage par l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo et compilation par l'Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Figure 7 **Part de marché des produits québécois parmi les ventes d'enregistrements audio, Québec, 2010 à 2014**



1. Incluant les CD, les cassettes et les disques vinyles.
2. Incluant les pistes numériques et excluant les disques monoplages.

Source : Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan, inc., 2001. Tous droits réservés. nielsen

Compilation : Codage par l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo et compilation par l'Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

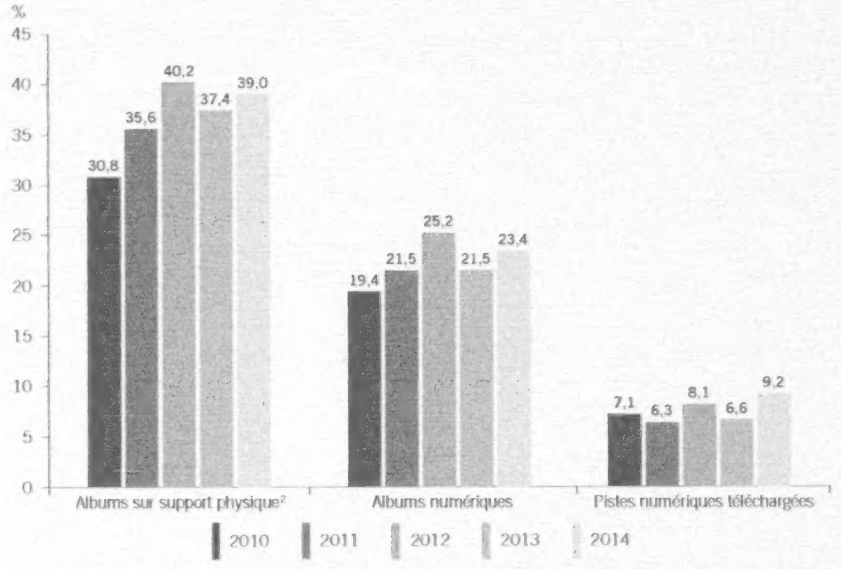
La part des produits en français en légère hausse sur les différents supports

Outre la part des produits nationaux dans les ventes, la part des produits en français est un autre indicateur à suivre dans un marché où l'offre est largement dominée par la langue anglaise. En 2014, la part des produits en français se situe à 32 % pour l'ensemble des supports, soit 39 % pour le CD (37 % en 2013), 23 % pour les albums numériques (22 % en 2013) et 9 % pour les pistes numériques (7 % en 2013) (figure 8). Année après année, malgré la croissance de la part des produits numériques, la chanson en français, très majoritairement québécoise, continue à connaître plus de succès sur support physique que sur support numérique. Ainsi, quand l'on ajoute au CD les produits numériques dans le calcul de la part en français de l'ensemble des ventes, cette part devient systématiquement plus faible (figure 9).

Les produits québécois en français

Les produits québécois en français dans l'ensemble des enregistrements audio vendus représentent 29 % des ventes (28 % en 2013) (tableau 5). Pour les CD, la part des produits québécois en français est de 36 %; pour les albums numériques, elle est de 21 %; pour les pistes numériques, elle est de 7 %. Cela laisse aux enregistrements non québécois en français une part de marché de 3 % pour l'ensemble des enregistrements audio vendus au Québec.

Figure 8 **Part de marché des produits en français parmi les ventes d'enregistements audio[1], selon le type de support, Québec, 2010 à 2014**

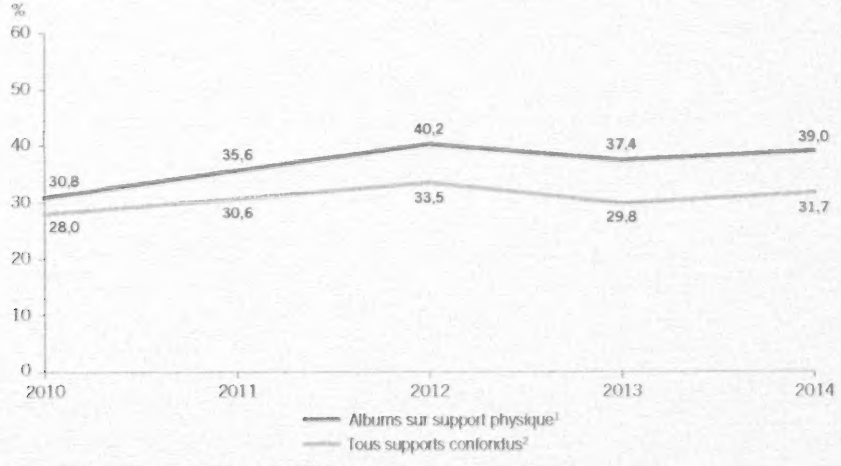


1. La part des ventes dévolue aux enregistrements en français (en nombre d'unités vendues) a été estimée à partir de l'examen des 500 titres les plus vendus pour chacun des supports durant l'année.
2. Incluant les CD, les cassettes et les disques vinyles.

Source : Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan, inc., 2001. Tous droits réservés. nielsen

Compilation : Codage par l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo et compilation par l'Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Figure 9 **Part de marché des produits en français parmi les ventes d'enregistrements audio, Québec, 2010 à 2014**



1. Incluant les CD, les cassettes et les disques vinyles.
2. Incluant les pistes numériques et excluant les disques monoplages.

Source : Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan, inc., 2001. Tous droits réservés. nielsen

Compilation : Codage par l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo et compilation par l'Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Tableau 5 **Répartition des ventes d'enregistrements audio selon le support, la provenance et la langue d'enregistrement[1], Québec, 2012 à 2014**

	Albums sur support physique[2]			Albums numériques			Pistes numériques téléchargées			Tous supports confondus[3]		
	2012	2013	2014	2012	2013	2014	2012	2013	2014	2012	2013	2014
	%											
Enregistrements audio québécois[4]												
En français	38,6	35,4	36,0	24,4	19,4	20,5	5,1[r]	5,5[r]	6,8	31,8	27,9	28,8
En anglais	8,9	11,3	13,9	9,2	7,9	11,6	1,8	1,2	1,7	8,1	9,2	11,8
Dans une autre langue ou sans paroles	2,9	1,9	2,3	0,8	0,5	0,5	0,3[r]	0,0[r]	0,0	2,2	1,4	1,6
Enregistrements audio non québécois												
En français	1,6	2,0	3,0	0,8	2,1	2,9	3,0	1,1	2,5	1,6	1,9	2,9
En anglais	46,6	48,6	42,9	62,6	68,3	62,7	86,0	89,6	87,5	54,4	58,5	53,0
Dans une autre langue ou sans paroles	1,5	0,8	1,9	2,2	1,7	1,8	3,8	2,6	1,6	1,9	1,2	1,8
Total	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**

1. La répartition selon la langue (en nombre d'unités vendues) a été estimée à partir de l'examen des albums figurant parmi les 500 titres les plus vendus durant l'année.
2. Incluant les CD, les cassettes et les disques vinyles.
3. Incluant les pistes numériques et excluant les disques monoplages.
4. Albums qui sont québécois sur le plan artistique ou sur le plan industriel.

Source : Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan, inc., 2001. Tous droits réservés. nielsen

Compilation : Codage par l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo et compilation par l'Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Tableau 6 **Répartition des ventes d'albums[1] selon la provenance et la langue d'enregistrement[2], Québec, 2005 à 2014**

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
	%									
Enregistrements audio québécois[3]										
En français	34,0	32,5	36,5	29,2	39,3	28,4	32,7	36,5	32,1	33,1
En anglais	7,2	9,5	11,5	13,0	10,4	15,5	12,3	9,2	10,7	13,6
Dans une autre langue ou sans paroles	3,0	2,6	5,0	3,9	2,7	5,5	3,7	2,6	1,5	1,7
Enregistrements audio non québécois										
En français	2,2	2,0	1,3	1,4	0,6	1,7	1,2	1,3	2,0	2,7
En anglais	50,5	51,4	43,2	50,6	45,8	46,7	48,5	48,9	52,7	47,0
Dans une autre langue ou sans paroles	3,0	1,9	2,6	1,8	1,2	2,2	1,5	1,5	0,9	1,9
Total	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**

1. Incluant les albums sur support physique et les albums numériques.
2. La répartition selon la langue (en nombre d'unités vendues) a été estimée à partir de l'examen des albums figurant parmi les 500 titres les plus vendus durant l'année.
3. Albums qui sont québécois sur le plan artistique ou sur le plan industriel.

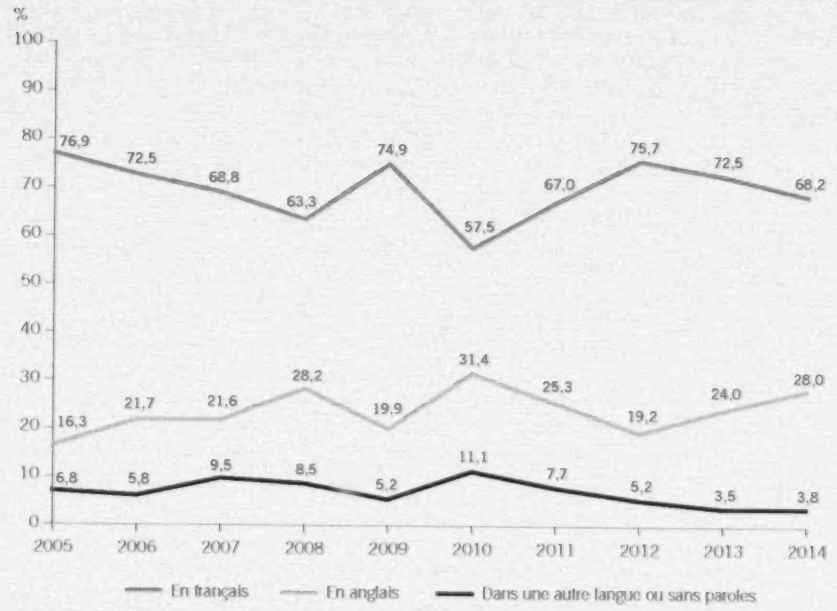
Source : Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan, inc., 2001. Tous droits réservés. nielsen

Compilation : Codage par l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo et compilation par l'Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Marché de l'album québécois : la langue française en baisse

En 2014, la part des albums en français parmi les ventes d'albums québécois est de 68 %, en baisse par rapport à 2013 (73 %), mais égale à la moyenne des cinq dernières années. Ajoutons qu'en 2014, il y avait 27 albums en français parmi les 50 albums québécois les plus vendus, le plus faible résultat depuis 2010. La part des albums anglophones parmi les ventes d'albums québécois passe de 24 % en 2013 à 28 % en 2014, une hausse qui s'explique entre autres par les succès des albums *Where I Belong* de Bobby Bazini, *Popular Problems* de Leonard Cohen et *Trauma : Chansons de la série télé saison 5* de Cœur de Pirate. La hausse des ventes des albums numériques québécois (+ 13 %), qui a été mentionnée dans les pages précédentes, s'explique par la plus forte croissance des ventes d'albums numériques en anglais (+ 41 %) par rapport à celle des albums numériques en français (+ 2 %) (figure 10).

Figure 10 **Répartition des ventes d'albums québécois selon la langue, Québec, 2005 à 2014**



Source : Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan, inc., 2001. Tous droits réservés. nielsen

Compilation : En 2005, codage de l'Observatoire de la culture et des communications du Québec. Depuis 2006, codage par l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo et compilation par l'Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Synthèse des ventes

En tenant compte du format (album ou disque monoplage/piste), du support (physique ou numérique), de la provenance (québécoise ou non québécoise) et de la langue (français, anglais ou autres), trois résultats de 2014 expliquent la hausse des parts québécoise et en français au sein des ventes d'enregistrements sonores.

- Les ventes d'albums physiques québécois sont stables (+ 14 % en anglais et – 5 % en français), alors que les ventes d'albums physiques non québécois diminuent (– 14 %).
- Les ventes d'albums numériques québécois augmentent (+ 13 %), principalement les albums en anglais, alors que les ventes d'albums numériques non québécois diminuent (– 10 %).
- Les ventes de pistes numériques québécoises augmentent (+ 10 %), alors que les ventes des pistes numériques non québécoises sont en baisse (– 14 %).

Reste à savoir si ces résultats se poursuivront ou s'ils ne sont que le reflet, décalé dans le temps, des phénomènes ayant marqué le reste du marché nord-américain de la musique.

Entre 2004 et 2014, la répartition des ventes a grandement évolué. En 2004, la répartition se faisait *grosso modo* selon trois groupes : 45 % des ventes pour les albums CD non québécois en anglais, 40 % pour les albums CD québécois en français, et 15 % pour les autres CD (tableau 7). En 2014, la répartition se fait plutôt entre cinq groupes : 31 % des ventes pour les albums physiques non québécois, 27 % pour les produits numériques non québécois, 23 % pour les albums physiques québécois en français, 11 % pour les albums physiques québécois dans une autre langue et 8 % pour les produits numériques québécois (figure 11).

Tableau 7 **Répartition des ventes d'enregistrements audio (en équivalent d'albums[1]) selon la provenance, le type de support et la langue, Québec, 2004 et 2012 à 2014**

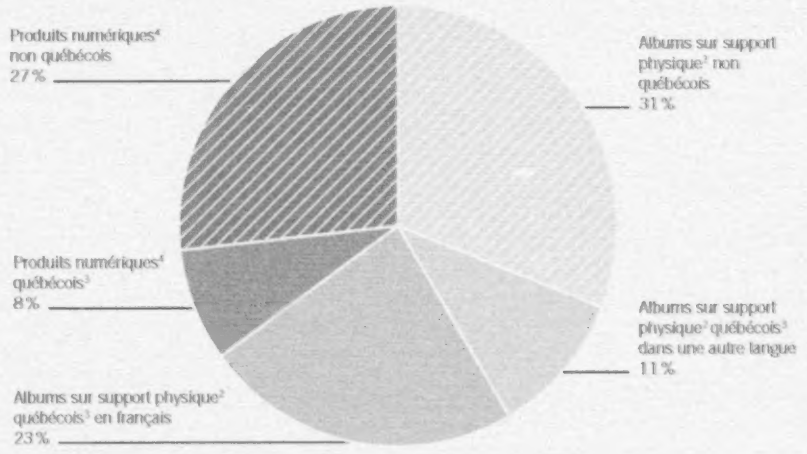
	2004	2012	2013	2014
	%			
Enregistrements audio québécois[2]				
Albums sur support physique[4] en français	42,6	26,8	23,0	23,4
Albums sur support physique[4] dans une autre langue	8,3	8,2	8,6	10,5
Albums numériques québécois	.	6,2	5,9	7,2
Pistes numériques téléchargées	.	0,9	0,9	1,1
Enregistrements audio non québécois				
Albums sur support physique[3] en anglais	46,7	32,4	31,6	27,9
Albums sur support physique[4] dans une autre langue	2,4	2,1	1,8	3,2
Albums numériques	0,0	11,8	15,3	14,8
Pistes numériques téléchargées	0,0	11,6	12,9	11,9
Total	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**

1. Dans les calculs, 13 pistes numériques équivalent à un album.
2. Albums qui sont québécois sur le plan artistique ou sur le plan industriel, ou les deux à la fois.
3. Incluant les CD, les cassettes, les disques vinyles.

Source : Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan inc., 2001. Tous droits réservés. nielsen

Compilation : Codage par l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo et compilation par l'Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Figure 11 **Répartition des ventes d'enregistrements audio (en équivalent d'albums[1]) selon le type de support, la provenance et la langue, Québec, 2014**



1. Dans les calculs, 13 pistes numériques équivalent à un album.
2. Incluant les CD, les cassettes et les disques vinyles.
3. Albums qui sont québécois sur le plan artistique ou sur le plan industriel.
4. Incluant les albums numériques et les pistes numériques.

Source : Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan, inc., 2001. Tous droits réservés. nielsen

Compilation : Codage par l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo et compilation par l'Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec.

Les palmarès

Le lecteur découvrira, dans les tableaux 8 à 11 de ce bulletin, quatre palmarès relatifs aux ventes d'enregistrements audio au Québec en 2014. Les palmarès portent sur les albums les plus vendus, les albums québécois les plus vendus, les albums numériques les plus vendus et les pistes numériques les plus vendues.

Palmarès des albums

En 2014, sept des dix albums les plus vendus sont des œuvres d'artistes ou de maison de disque québécois. Parmi les 50 titres d'albums les plus vendus en 2014, 25 sont des produits québécois (26 en 2013) et 18 ont le français comme langue d'enregistrement (23 en 2013), le seul album non québécois en français étant *Racine carrée* du Belge Stromae. Globalement, les albums québécois sont plus présents dans le haut du palmarès cette année (tableau 8).

Parmi les 50 albums québécois les plus vendus en 2014, 31 ont le français comme langue d'enregistrement (39 en 2013), 18 l'anglais (9 en 2013) et un album, *Blanc* d'Angèle Dubeau & la Pietà, est composé de pièces instrumentales (2 en 2013). Comme chaque année, les albums en français demeurent les meilleurs vendeurs parmi les albums québécois. Cependant, pour la deuxième année consécutive, l'album québécois le plus vendu est en anglais (tableau 9).

Palmarès des albums numériques

Parmi les vingt albums numériques les plus vendus au Québec en 2014, dix sont des enregistrements sonores québécois (six en 2013) et sept ont le français comme langue d'enregistrement (quatre en 2013). En considérant les 50 premières positions, le nombre d'albums numériques québécois est de 16, en hausse par rapport à 2013 (13 albums) (tableau 11).

Palmarès des pistes numériques

Le palmarès des vingt pistes numériques les plus téléchargées en 2014 illustre clairement la faiblesse des ventes de la musique québécoise sur ce format numérique. Cette année, aucune piste québécoise ne se trouve dans ce palmarès, la première piste québécoise, *On leur a fait croire*, d'Alex Nevsky se situant à la 41e position. À l'intérieur du palmarès des 500 pistes les plus vendues, seulement 71 pistes sont québécoises (56 en 2013) (tableau 11).

Tableau 8 **Liste des albums les plus vendus[1], Québec, 2014**

Rang	Titre[2]	Artiste[2]	Langue	Origine artiste	Origine maison de disques
1	**Where I Belong**	**Bobby Bazini**	**Anglais**	**Québec**	**Autre**
2	**Serge Fiori**	**Serge Fiori**	**Français**	**Québec**	**Québec**
3	**Plus tard qu'on pense**	**Fred Pellerin**	**Français**	**Québec**	**Québec**
4	**M**	**Marie-Mai**	**Français**	**Québec**	**Québec**
5	Racine carrée	Stromae	Français	Autre	Autre
6	Ghost Stories	Coldplay	Anglais	Autre	Autre
7	Endless River	Pink Floyd	Anglais	Autre	Autre
8	**Popular Problems**	**Leonard Cohen**	**Anglais**	**Québec**	**Autre**
9	**Merci Serge Reggiani**	**Isabelle Boulay**	**Français**	**Québec**	**Québec**
10	**La voix II**	**Artistes variés**	**Français**	**Québec**	**Québec**
11	**On a tous quelque chose de Sweet People**	**Artistes variés**	**Français**	**Québec**	**Québec**
12	1989	Taylor Swift	Anglais	Autre	Autre
13	**Le poids des confettis**	**Les Sœurs Boulay**	**Français**	**Québec**	**Québec**
14	In the Lonely Hour	Sam Smith	Anglais	Autre	Autre
15	**Trauma: Chansons de la série télé saison 5**	**Cœur de pirate**	**Anglais**	**Québec**	**Québec**
16	X	Ed Sheeran	Anglais	Autre	Autre
17	Night Visions	Imagine Dragons	Anglais	Autre	Autre
18	**Between Illness and Migration**	**Your Favorite Enemies**	**Anglais**	**Québec**	**Québec**
19	La reine des neiges	Artistes variés	Autre	Autre	Autre
20	**Blanc**	**Angèle Dubeau & La Pietà**	**Autre**	**Québec**	**Québec**
21	**Le treizième étage**	**Louis-Jean Cormier**	**Français**	**Québec**	**Québec**
22	**Une fleur pour vous**	**Georges Hamel**	**Français**	**Québec**	**Québec**
23	Pure Heroine	Lorde	Anglais	Autre	Autre
24	**Dark Eyes**	**Half Moon Run**	**Anglais**	**Québec**	**Québec**
25	**Himalaya mon amour**	**Alex Nevsky**	**Français**	**Québec**	**Québec**
26	**Là dans ma tête**	**Marc Dupré**	**Français**	**Québec**	**Québec**
27	Turn Blue	The Black Keys	Anglais	Autre	Autre
28	**Xmas Blues**	**Garou**	**Anglais**	**Québec**	**Québec**
29	Yes	Jason Mraz	Anglais	Autre	Autre
30	Cheek to Cheek	Lady Gaga et Tony Bennett	Anglais	Autre	Autre
31	Rock or Bust	AC/DC	Anglais	Autre	Autre
32	**Jour de nuit**	**Éric Lapointe**	**Français**	**Québec**	**Québec**
33	Unorthodox Jukebox	Bruno Mars	Anglais	Autre	Autre
34	**Un homme qui vous ressemble**	**Mario Pelchat**	**Français**	**Québec**	**Québec**
35	G I r l	Pharrell Williams	Anglais	Autre	Autre
36	**Plus grands succès country**	**Artistes variés**	**Anglais**	**Autre**	**Québec**
37	Four	One Direction	Anglais	Autre	Autre
38	Moon Landing	James Blunt	Anglais	Autre	Autre
39	Christmas	Michael Buble	Anglais	Autre	Autre
40	**L'été des orages**	**Valérie Carpentier**	**Français**	**Québec**	**Québec**
41	**Hervieux**	**Marc Hervieux**	**Français**	**Québec**	**Québec**
42	Ultraviolence	Lana Del Rey	Anglais	Autre	Autre
43	AM	Arctic Monkeys	Anglais	Autre	Autre
44	Hail to the King	Avenged Sevenfold	Anglais	Autre	Autre
45	Sadnecessary	Milky Chance	Anglais	Autre	Autre
46	V	Maroon 5	Anglais	Autre	Autre
47	Prism	Katy Perry	Anglais	Autre	Autre
48	**Céline... une seule fois**	**Céline Dion**	**Français**	**Québec**	**Québec**
49	**Jérôme Couture**	**Jérôme Couture**	**Français**	**Québec**	**Québec**
50	Partners	Barbara Streisand	Anglais	Autre	Autre

1. Ces ventes incluent les albums sur support physique et les albums numériques.
2. Les lignes en gras sont des produits québécois.

Source : Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan inc., 2001. Tous droits réservés. nielsen

Compilation : Codage par l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo.

Tableau 9 **Liste des albums québécois les plus vendus[1], Québec, 2014**

Rang québécois	Rang général	Titre	Artiste	Langue	Origine artiste	Origine maison de disques
1	1	Where I Belong	Bobby Bazini	Anglais	Québec	Autre
2	2	Serge Fiori	Serge Fiori	Français	Québec	Québec
3	3	Plus tard qu'on pense	Fred Pellerin	Français	Québec	Québec
4	4	M	Marie-Mai	Français	Québec	Québec
5	8	Popular Problems	Leonard Cohen	Anglais	Québec	Autre
6	9	Merci Serge Reggiani	Isabelle Boulay	Français	Québec	Québec
7	10	La voix II	Artistes variés	Français	Québec	Québec
8	11	On a tous quelque chose de Sweet People	Artistes variés	Français	Québec	Québec
9	13	Le poids des confettis	Les Sœurs Boulay	Français	Québec	Québec
10	15	Trauma: Chansons de la série télé saison 5	Cœur de pirate	Anglais	Québec	Québec
11	18	Between Illness and Migration	Your Favorite Enemies	Anglais	Québec	Québec
12	20	Blanc	Angèle Dubeau & La Pietà	Autre	Québec	Québec
13	21	Le treizième étage	Louis-Jean Cormier	Français	Québec	Québec
14	22	Une fleur pour vous	Georges Hamel	Français	Québec	Québec
15	24	Dark Eyes	Half Moon Run	Anglais	Québec	Québec
16	25	Himalaya mon amour	Alex Nevsky	Français	Québec	Québec
17	26	Là dans ma tête	Marc Dupré	Français	Québec	Québec
18	28	Xmas Blues	Garou	Anglais	Québec	Québec
19	32	Jour de nuit	Éric Lapointe	Français	Québec	Québec
20	34	Un homme qui vous ressemble	Mario Pelchat	Français	Québec	Québec
21	36	Plus grands succès country	Artistes variés	Anglais	Autre	Québec
22	40	L'été des orages	Valérie Carpentier	Français	Québec	Québec
23	41	Hervieux	Marc Hervieux	Français	Québec	Québec
24	48	Céline... une seule fois	Céline Dion	Français	Québec	Québec
25	49	Jérôme Couture	Jérôme Couture	Français	Québec	Québec
26	53	Better In Time	Bobby Bazini	Anglais	Québec	Québec
27	54	We Go Home	Adam Cohen	Anglais	Québec	Autre
28	57	Reflektor	Arcade Fire	Anglais	Québec	Autre
29	59	Ils chantent Louvain	Artistes variés	Français	Québec	Québec
30	60	Bohèmes	Andréanne A. Malette	Français	Québec	Québec
31	61	Little Secret	Nikki Yanofsky	Anglais	Québec	Québec
32	66	Noël inoubliable	Artistes variés	Anglais	Autre	Québec
33	67	3e rue sud	Maxime Landry	Français	Québec	Québec
34	68	Musique et cinéma	Bruno Pelletier	Anglais	Québec	Québec
35	71	Pulp	The Seasons	Anglais	Québec	Québec
36	75	Par ici la visite!	Artistes variés	Français	Québec	Québec
37	76	Highways, Heartaches and Time Well Wasted	Lisa Leblanc	Anglais	Québec	Québec
38	82	Sans regret	Brigitte Boisjoli	Français	Québec	Québec
39	84	The Chase	Groenland	Anglais	Québec	Québec
40	87	Le feu de chaque jour	Patrice Michaud	Français	Québec	Québec
41	88	Sally Folk	Sally Folk	Français	Québec	Québec
42	89	Certifié country / d'hier à aujourd'hui	Artistes variés	Français	Québec	Québec
43	91	Fabriquer l'aube	Vincent Vallières	Français	Québec	Québec
44	96	Vivre debout	Gilles Vigneault	Français	Québec	Québec
45	99	Crooners romantiques	Artistes variés	Anglais	Autre	Québec
46	102	Ej feel zoo	Radio Radio	Français	Autre	Québec
47	104	Loved me Back to Life	Céline Dion	Anglais	Québec	Autre
48	105	Icon	Beau Dommage	Français	Québec	Autre
49	106	Recto verso	Zaz	Français	Autre	Québec
50	107	Lisa Leblanc	Lisa Leblanc	Français	Québec	Québec

1. Ces ventes incluent les albums sur support physique et les albums numériques.

Source : Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan inc., 2001. Tous droits réservés. nielsen

Compilation : Codage par l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo.

Tableau 10 **Liste des albums numériques les plus vendus, Québec, 2014**

Rang	Titre[1]	Artiste[1]	Langue	Origine artiste	Origine maison de disques
1	Ghost Stories	Coldplay	Anglais	Autre	Autre
2	**Where I Belong**	**Bobby Bazini**	**Anglais**	**Québec**	**Autre**
3	Racine carrée	Stromae	Français	Autre	Autre
4	**Serge Fiori**	**Serge Fiori**	**Français**	**Québec**	**Québec**
5	X	Ed Sheeran	Anglais	Autre	Autre
6	**M**	**Marie-Mai**	**Français**	**Québec**	**Québec**
7	Pure Heroine	Lorde	Anglais	Autre	Autre
8	**Trauma: Chansons de la série télé saison 5**	**Coeur de pirate**	**Anglais**	**Québec**	**Québec**
9	In the Lonely Hour	Sam Smith	Anglais	Autre	Autre
10	**Dark Eyes**	**Half Moon Run**	**Anglais**	**Québec**	**Québec**
11	**Le poids des confettis**	**Les Sœurs Boulay**	**Français**	**Québec**	**Québec**
12	Night Visions	Imagine Dragons	Anglais	Autre	Autre
13	**Plus tard qu'on pense**	**Fred Pellerin**	**Français**	**Québec**	**Québec**
14	1989	Taylor Swift	Anglais	Autre	Autre
15	Turn Blue	The Black Keys	Anglais	Autre	Autre
16	**Between Illness and Migration**	**Your Favorite Enemies**	**Anglais**	**Québec**	**Québec**
17	**Le treizième étage**	**Louis-Jean Cormier**	**Français**	**Québec**	**Québec**
18	Ultraviolence	Lana Del Rey	Anglais	Autre	Autre
19	Awesome Mix Vol. 1	Guardians of the Galaxy	Anglais	Autre	Autre
20	**Himalaya mon amour**	**Alex Nevsky**	**Français**	**Québec**	**Québec**

1. Les lignes en gras sont des produits québécois.

Source : Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan inc., 2001. Tous droits réservés. nielsen

Compilation : Codage par l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo.

Tableau 11 **Liste des pistes numériques les plus vendues, Québec, 2014**

Rang	Titre	Artiste	Langue	Origine artiste	Origine maison de disques
1	Happy	Pharell Williams	Anglais	Autre	Autre
2	Stolen Dance	Milky Chance	Anglais	Autre	Autre
3	All of Me	John Legend	Anglais	Autre	Autre
4	Say Something	A Great Big World & Christina Aguilera	Anglais	Autre	Autre
5	Stay With Me	Sam Smith	Anglais	Autre	Autre
6	All About That Bass	Meghan Trainor	Anglais	Autre	Autre
7	Timber	Pitbull Feat. Ke$ha	Anglais	Autre	Autre
8	Dark Horse	Katy Perry Feat. Juicy J	Anglais	Autre	Autre
9	Am I Wrong	Nico & Vinz	Anglais	Autre	Autre
10	Summer	Calvin Harris	Anglais	Autre	Autre
11	Take Me To Church	Hozier	Anglais	Autre	Autre
12	Hey Brother	Avicii	Anglais	Autre	Autre
13	Come With Me Now	Kongos	Anglais	Autre	Autre
14	Counting Stars	OneRepublic	Anglais	Autre	Autre
15	Rude	Magic!	Anglais	Autre	Autre
16	Waves	Mr Probz	Anglais	Autre	Autre
17	Chandelier	Sia	Anglais	Autre	Autre
18	Hideaway	Kiesza	Anglais	Autre	Autre
19	Papaoutai	Stromae	Français	Autre	Autre
20	Talk Dirty	Jason Derulo Feat. 2 Chainz	Anglais	Autre	Autre

Source : Nielsen SoundScan inc., © Nielsen SoundScan inc., 2001. Tous droits réservés. nielsen

Compilation : Codage par l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo.

Musique en continu : quelle place pour l'industrie québécoise?

Dans le bulletin publié par l'Observatoire au printemps 2009[13], il était question de la profonde transformation du marché de la musique au Québec, caractérisée par la baisse tendancielle des ventes de CD et la croissance de celles des produits numériques. Cette transformation trouve son origine dans l'adoption progressive de nouvelles habitudes de consommation musicale chez les Québécois, le produit numérique étant moins cher à l'achat et plus pratique pour l'écoute nomade de musique. De plus, la piste numérique permet une consommation à la carte de la musique.

Les résultats de 2014 révèlent que même si la baisse des ventes de CD continue, pour la première fois cette baisse touche aussi les produits numériques. De plus, des données disponibles pour le Canada et les États-Unis semblent indiquer que l'écoute de musique offerte en continu (*streaming*) connaît une croissance importante. Se pourrait-il que le passage progressif de l'album physique vers l'album numérique, associé à une croissance fulgurante des pistes numériques en quelques années, n'ait été qu'une étape de transition? Après avoir déclaré que la nouvelle habitude des consommateurs de musique était l'achat de produits numériques, il semble maintenant de plus en plus clair que la tendance qui marquera les prochaines années n'est plus seulement le passage à la musique dématérialisée, mais à une consommation qui n'est plus basée sur l'achat d'un bien musical, mais plutôt sur celui d'un service de lecture de musique en continu (*streaming*) donnant accès à des millions de titres.

Même si peu de données statistiques sont disponibles sur les services de lecture de musique en continu au Québec, il est probable que, comme dans d'autres pays, cette pratique tendra à se répandre progressivement à mesure que l'offre se développera, comme ça se produit actuellement dans l'industrie de la vidéo (Netflix, Club illico, Tou.tv, etc.).

Dans ces conditions, les produits québécois, qui ont de la difficulté à s'imposer en termes de part de marché pour les albums et les pistes numériques, doivent livrer bataille sur un nouveau front, celui de l'écoute en continu de musique. Faisant l'hypothèse que les premiers consommateurs à faire le saut vers le *streaming* seront les mêmes qui ont été les précurseurs pour les produits numériques, l'industrie québécoise devra bagarrer ferme pour faire sa place dans l'univers de l'écoute de la musique en continu.

13. FORTIER, Claude (2009). « Au Québec, la consommation musicale passe clairement au numérique », *Statistiques en bref*, n° 52, Québec, Institut de la statistique du Québec, Observatoire de la culture et des communications du Québec, novembre, 28 p. [En ligne]. [www.stat.gouv.qc.ca/observatoire].

Numéros déjà parus

Optique culture

38	Les dépenses en culture de l'administration publique québécoise depuis 1985	Février 2015
37	La fréquentation des cinémas en 2014	Février 2015
36	Les bibliothèques publiques québécoises de 2002 à 2012 Comparaisons internationales et évolution récente	Février 2015
35	Les ventes de livres de 2009 à 2013	Septembre 2014
34	Dix ans de statistiques sur la fréquentation des arts de la scène	Septembre 2014
33	Les dépenses culturelles des municipalités en 2012	Juin 2014
32	La fréquentation des institutions muséales en 2012 et 2013	Mai 2014
31	Les ventes d'enregistrements sonores au Québec en 2013	Avril 2014
30	La fréquentation des cinémas en 2013	Février 2014
29	Les acquisitions d'oeuvres d'art des musées, des entreprises et des institutions en 2010-2011 et 2011-2012	Novembre 2013
28	La fréquentation des arts de la scène en 2012	Septembre 2013
27	Les ventes de livres de 2008 à 2012	Juillet 2013
26	Le développement de pratiques culturelles chez les enfants Analyse de données de l'*Étude longitudinale du développement des enfants du Québec*	Juillet 2013
25	Les dépenses culturelles des municipalités en 2011	Mai 2013
24	Les ventes d'enregistrements sonores au Québec en 2012	Mai 2013
23	Les artistes en arts visuels québécois : un aperçu statistique	Mai 2013
22	La fréquentation des cinémas et ciné-parcs en 2012	Mars 2013
21	La fréquentation des arts de la scène en 2011	Septembre 2012
20	Les danseurs et chorégraphes québécois : un aperçu statistique	Juillet 2012
19	L'évolution des dépenses culturelles des ménages québécois, de 1997 à 2009	Mai 2012
18	Les dépenses culturelles des municipalités en 2010	Mai 2012
17	La fréquentation des institutions muséales en 2011	Mai 2012
16	Dix ans de statistiques sur le marché de l'enregistrement sonore au Québec	Mai 2012
15	Le marché du vidéogramme en 2011	Avril 2012
14	La performance financière de certaines industries culturelles au Québec de 2005 à 2009	Mars 2012
13	Projections numériques : 45 % de l'assistance des cinémas en 2011	Mars 2012
12	L'emploi salarié dans certaines industries de la culture et des communications, de 1991 à 2010	Novembre 2011
11	Les ventes d'albums québécois de nouveaux artistes	Octobre 2011
10	Les acquisitions d'œuvres d'art des musées, des entreprises et des institutions en 2009-2010	Septembre 2011
09	Dix ans de ventes de livres	Septembre 2011
08	La fréquentation des arts de la scène en 2010	Septembre 2011
07	Les parts de marché du livre édité au Québec en 2009	Juin 2011
06	Vente d'enregistrements sonores en 2010 : renforcement des tendances	Juin 2011
05	Les dépenses culturelles des municipalités en 2009	Mai 2011
04	La fréquentation des institutions muséales en 2010	Mai 2011
03	Les écrivains québécois : un aperçu statistique	Mai 2011
02	Les distributeurs de livres en 2008-2009	Avril 2011
01	L'assistance aux films québécois sous la barre de 10 %	Février 2011

OBSERVATOIRE
DE LA CULTURE ET DES
COMMUNICATIONS
DU QUÉBEC

La version PDF de ce document est consultable à l'adresse suivante : www.stat.gouv.qc.ca/observatoire.

Pour tout renseignement
Claude Fortier
418 691-2414, poste 3177
claude.fortier@stat.gouv.qc.ca

Observatoire de la culture
et des communications
Institut de la statistique du Québec
200, chemin Sainte-Foy, 3e étage,
Québec (Québec) G1R 5T4
418 691-2414
observatoire@stat.gouv.qc.ca

Dépôt légal
ISSN : 1925-4199 (version imprimée)
ISSN : 1925-4202 (en ligne)
2e trimestre 2015
© Gouvernement du Québec,
Institut de la statistique du Québec, 2011

Toute reproduction autre qu'à des fins de consultation personnelle est interdite sans l'autorisation du gouvernement du Québec.
www.stat.gouv.qc.ca/droits_auteur.htm

Institut de la statistique
Québec